

2014年12月3日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

新生活準備調査2014

- ◆消費増税の影響大。40.2%の新婚カップルが駆け込み購入し、新生活準備費用は前年調査より9.5万円増の78.1万円
- ◆新婚カップルのライフスタイルに変化の兆し。『夫婦それぞれの時間』を重視する妻が増加

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都千代田区 代表取締役社長 富塚 優)が運営するブライダル総研では、新婚カップルの新生活準備状況について詳細に把握するために、「新生活準備調査」を首都圏、東海、関西の3地域で実施しました。ここに、調査結果の要旨をご報告いたします。

<新生活準備費用と消費増税の影響>.....P3~7

新生活準備費用が前年調査より増加。40.2%のカップルが消費増税前に駆け込み購入。消費増税が新生活準備費用増加の背景に

- 新生活準備のためにかかった費用は78.1万円で、前年調査より9.5万円増加。
- 消費増税の影響において、新生活準備に「影響があった」人は45.5%で、そのうち「先に購入した」人は88.5%。消費増税前に駆け込み購入したカップルは全体の40.2%。
- 「先に購入した」カップルの新生活準備のためにかかった費用は85.6万円で、全体平均より7.5万円高い。
- インテリア・家具の購入にかかった費用は44.6万円で、前年調査より5.6万円増加。
- 家電製品の購入にかかった費用は36.9万円で、前年調査より1.9万円増加。
- アイテム別購入率(上位3位)
 - 【インテリア・家具】1位「カーテン類」(84.7%) / 2位「食器棚」(62.4%) / 3位「ダイニング家具」「自分たちの布団」(61.4%)
 - 【家電製品】1位「冷蔵庫」(73.7%) / 2位「照明器具」(64.3%) / 3位「洗濯機」(60.6%)

<新居やクルマの購入実態>.....P8

「新居」や「クルマ」を購入するカップルは約7組に1組。結婚が大きな消費のタイミングに

- 新居の形態は、「購入」が13.7%。
- 結婚を機としたクルマの購入状況は、「新車を購入した」(10.0%) + 「中古車を購入した」(4.6%)で14.6%。

<夫婦のライフスタイルに対する考え方>.....P9

新婚カップルのライフスタイルに変化の兆し。新婚生活において、『夫婦それぞれの時間』を重視する妻が09年より増加している

- 夫婦のライフスタイルに対する考え方において、「結婚してもお互いのプライベートを大切にしたい」(09年26.3%→14年33.0%)、「週末でもお互いそれぞれの予定を大切にしたい」(09年18.1%→14年20.4%)が増加。

- ◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「新生活準備調査2014 リクルートブライダル総研 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。
- ◆ 「新生活準備調査2014」の詳細は、弊社『ブライダル総研』サイト(<http://bridal-souken.net/>)より、ダウンロードいただけます。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指してまいります。

【本件に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

【調査概要】

- 【調査方法】 郵送法
 【調査期間】 2014年6月4日～6月30日
 【調査対象】 2013年4月～2014年3月に結婚をした首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)、東海(愛知・岐阜・三重)、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山)の『ゼクシィ』・『ゼクシィインテリア』読者、『ゼクシィnet』会員の中から、地域ごとにランダムサンプリングし調査票を郵送。調査票への記入は妻に依頼。(各サービス名は2013年度時点のもの)
 調査票発送数: 1,009件 調査票回収数: 509件 回収率: 50.4%

【有効サンプル数】

計464人

[首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉):210人、東海(愛知・岐阜・三重):82人、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山):172人]

【集計対象】 新生活を始めるにあたってインテリア・家具または家電製品を最低1つでも購入した『ゼクシィ』・『ゼクシィインテリア』読者、『ゼクシィnet』会員。

【集計方法】 <地域別>「現在の居住地」で集計。

<全体集計>各地域の婚姻件数(平成24年厚生労働省人口動態調査)に合わせてウェイトバック集計を行い、首都圏・東海・関西地域それぞれの婚姻件数に応じた全体平均(推計値)を算出(各地域の婚姻件数合計は378,803組)。

※本文中で使用している2013年以前のデータに関する調査方法、調査対象の範囲は本年と同様、有効サンプル数については下記の通りです。

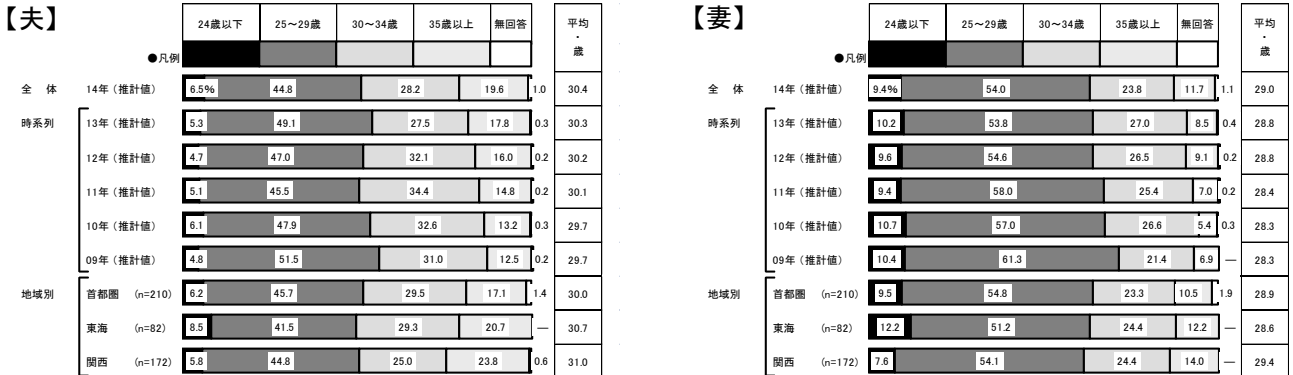
		2009年調査	2010年調査	2011年調査	2012年調査	2013年調査
有効サンプル数(人)	計	881	1015	980	870	775
	首都圏	312	376	376	301	341
	東海	263	344	309	282	153
	関西	306	295	295	287	281

【注意点】 図表の構成比(%)は百分率(%)で表示してあります。百分率は小数第二位を四捨五入してあるため、構成比の合計が100%にならない場合があります。また、図表の平均も小数第二位を四捨五入して表示してあります。

また、13年まで「新生活準備のためにかかった費用」には、「インテリア・家具」「家電製品」「嫁入り道具としての着物」「嫁入り道具としてのパール」「賃貸費用/敷金・礼金」「引越し」の費用を含んでいましたが、14年からは「インテリア・家具」と「家電製品」の購入費用の合計に変更しました。それに合わせて、13年までの費用も同一条件で再算出しました。

【回答者のプロフィール】

■結婚時の年齢(全体/単一回答)



■結婚前の居住地(全体/単一回答)

	地域別 (%)			
	14年(推計値)	首都圏 (n=210)	東海 (n=82)	関西 (n=172)
首都圏・計	53.4	94.3	1.2	3.5
東京	19.4	33.8	1.2	1.7
神奈川	13.9	24.8	—	0.6
千葉	10.8	19.5	—	—
埼玉	9.3	16.2	—	1.2
東海・計	15.9	1.0	95.1	—
愛知	11.7	0.5	70.7	—
岐阜	1.8	—	11.0	—
三重	2.4	0.5	13.4	—
関西・計	27.4	1.4	—	93.6
大阪	12.3	0.5	—	42.4
兵庫	6.8	1.0	—	22.1
京都	4.5	—	—	15.7
奈良	1.5	—	—	5.2
滋賀	1.5	—	—	5.2
和歌山	0.8	—	—	2.9
その他の地域	2.8	2.9	3.7	2.3
無回答	0.4	0.5	—	0.6

【妻】

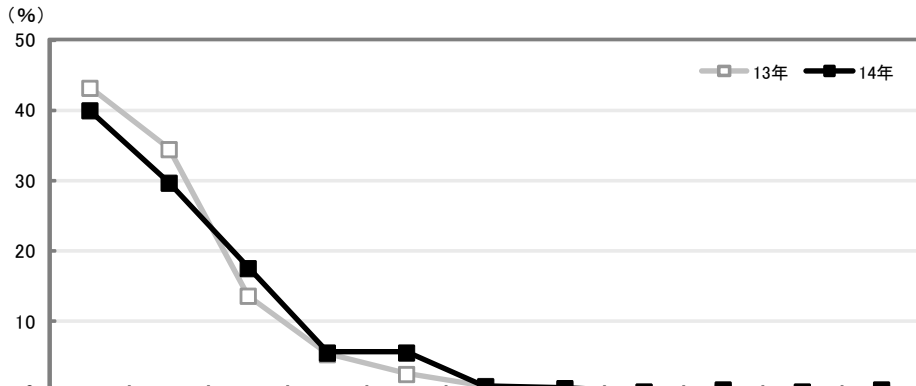
	地域別 (%)			
	14年(推計値)	首都圏 (n=210)	東海 (n=82)	関西 (n=172)
首都圏・計	53.3	91.4	7.3	5.2
東京	20.8	34.3	4.9	3.5
神奈川	14.1	24.8	1.2	0.6
千葉	9.6	16.7	—	1.2
埼玉	9.9	15.7	1.2	—
東海・計	14.9	1.9	85.4	—
愛知	10.6	1.0	62.2	—
岐阜	2.0	—	12.2	—
三重	2.3	1.0	11.0	—
関西・計	27.2	1.4	2.4	91.3
大阪	12.3	1.0	2.4	40.1
兵庫	7.2	0.5	—	24.4
京都	3.5	—	—	12.2
奈良	2.3	—	—	8.1
滋賀	1.0	—	—	3.5
和歌山	0.8	—	—	2.9
その他の地域	4.4	4.8	4.9	3.5
無回答	0.3	0.5	—	—

■現在の居住地(全体/単一回答)

	地域別 (%)			
	14年(推計値)	首都圏 (n=210)	東海 (n=82)	関西 (n=172)
首都圏・計	55.4	100.0	—	—
東京	20.3	36.7	—	—
神奈川	15.6	28.1	—	—
千葉	11.3	20.5	—	—
埼玉	8.2	14.8	—	—
東海・計	16.2	—	100.0	—
愛知	12.8	—	79.3	—
岐阜	1.4	—	8.5	—
三重	2.0	—	12.2	—
関西・計	28.5	—	—	100.0
大阪	12.1	—	—	42.4
兵庫	7.3	—	—	25.6
京都	4.8	—	—	16.9
奈良	2.2	—	—	7.6
滋賀	1.3	—	—	4.7
和歌山	0.8	—	—	2.9

新生活準備のためにかかった費用は78.1万円で、前年調査から9.5万円増加した。

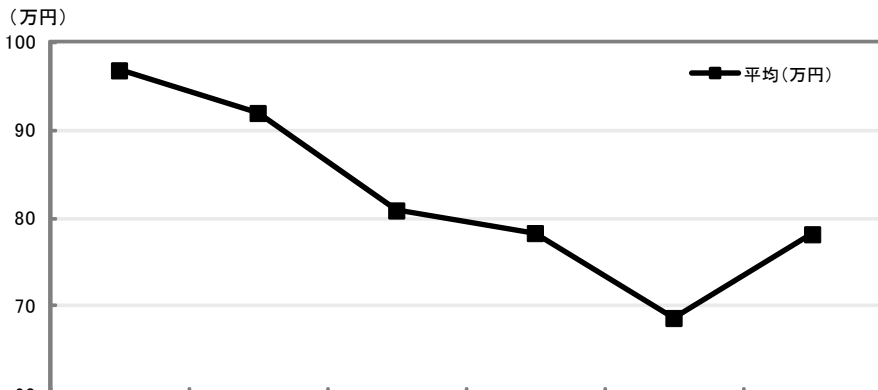
■新生活準備のためにかかった費用(金額回答者のみ)



		調査数	50万円未満	50~100万円未満	100~150万円未満	150~200万円未満	200~250万円未満	250~300万円未満	300~350万円未満	350~400万円未満	400~450万円未満	450~500万円未満	500万円以上	平均・万円
全体	14年(推計値)	39.9	29.6	17.5	5.5	5.5	0.8	0.5	—	0.3	—	—	0.3	78.1
	13年(推計値)	43.1	34.4	13.6	5.3	2.5	0.8	0.3	—	—	—	—	—	68.6
	12年(推計値)	38.7	33.7	16.6	4.9	3.4	1.5	0.2	0.3	0.5	—	—	0.3	78.2
	11年(推計値)	29.7	38.9	18.3	8.6	3.6	0.1	0.4	0.2	—	—	—	0.1	80.8
	10年(推計値)	27.0	36.8	19.6	8.8	3.2	2.6	1.3	0.3	0.2	—	—	0.1	91.9
	09年(推計値)	25.2	33.3	22.4	10.3	4.8	1.8	1.7	0.4	0.2	—	—	—	96.7
地域別	首都圏	140	47.1	25.7	17.9	3.6	5.7	—	—	—	—	—	—	66.0
	東海	57	35.1	36.8	14.0	8.8	1.8	—	—	—	1.8	—	1.8	90.2
	関西	105	27.6	33.3	19.0	7.6	7.6	2.9	1.9	—	—	—	—	96.0

※新生活準備のためにかかった費用とは、「インテリア・家具」「家電製品」の費用の合計

■新生活準備のためにかかった費用の推移(金額回答者のみ)



		09年(推計値)	10年(推計値)	11年(推計値)	12年(推計値)	13年(推計値)	14年(推計値)
全体	平均(万円)	96.7	91.9	80.8	78.2	68.6	78.1

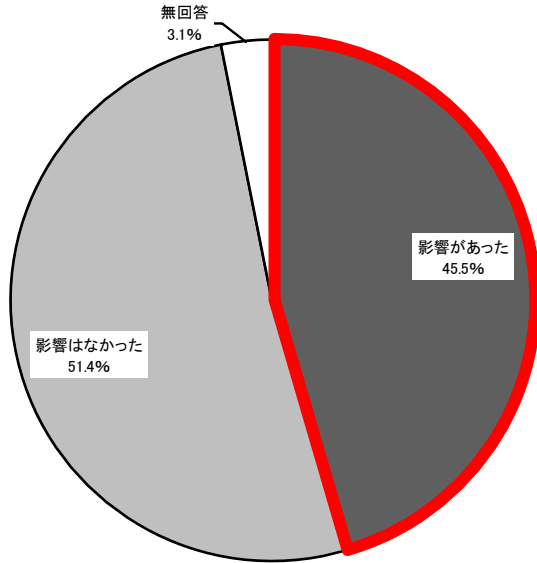
※新生活準備のためにかかった費用とは、「インテリア・家具」「家電製品」の費用の合計

※13年まで「新生活準備のためにかかった費用」には、「インテリア・家具」「家電製品」「嫁入り道具としての着物」「嫁入り道具としてのパール」「賃貸費用/敷金・礼金」「引越し」の費用を含んでいましたが、14年からは「インテリア・家具」と「家電製品」の購入費用の合計に変更しました。それに合わせて、13年までの費用も同一条件で再算出しました。

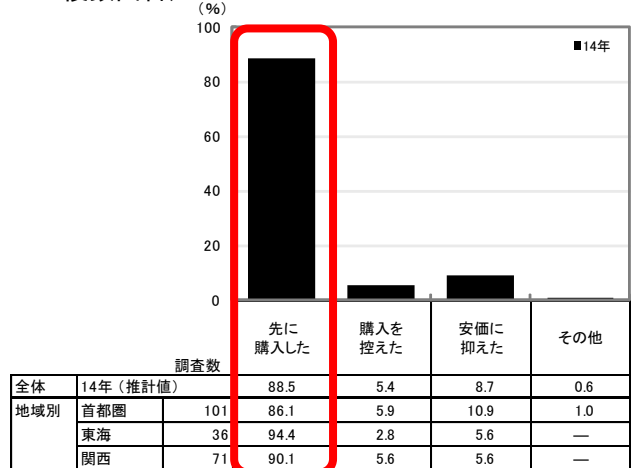
新生活準備における消費税増税の影響は、「影響があった」人が45.5%、「影響はなかった」人が51.4%であった。影響の内容は、「先に購入した」が88.5%であった。

消費税増税によって「先に購入した」人における新生活準備のためにかかった費用は85.6万円で、「全体」(78.1万円)と比べて7.5万円高い。

■新生活準備における消費税増税の影響の有無 (全体／単一回答)



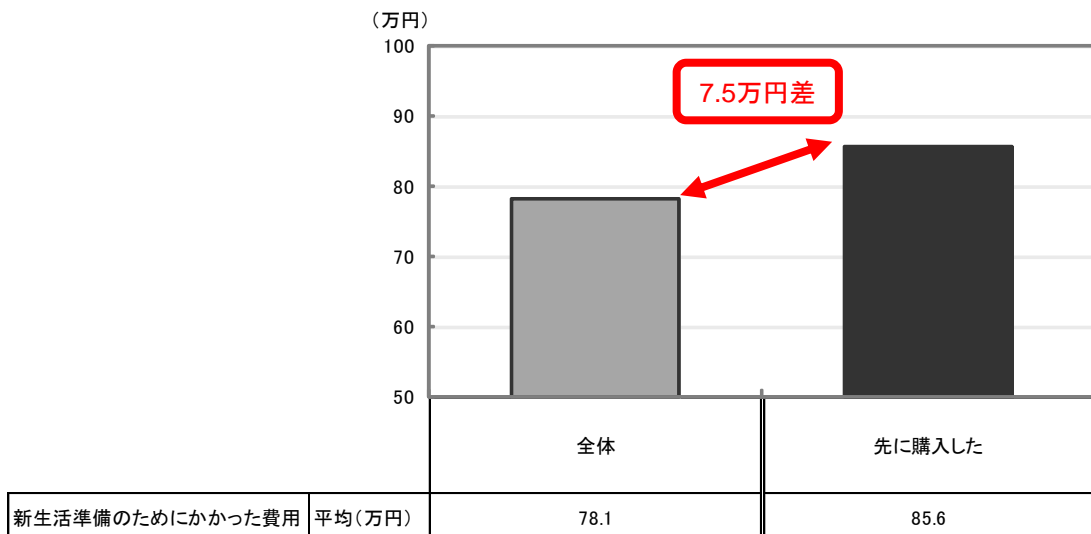
■新生活準備における消費税増税の影響の内容 (新生活準備における消費税増税の「影響があった」人／複数回答)



■新生活準備における消費税増税の影響の内容 (全体／複数回答)

	先に購入した	購入を控えた	安価に抑えた	その他	影響はなかった + 無回答
全体	40.2	2.4	4.0	0.3	54.5

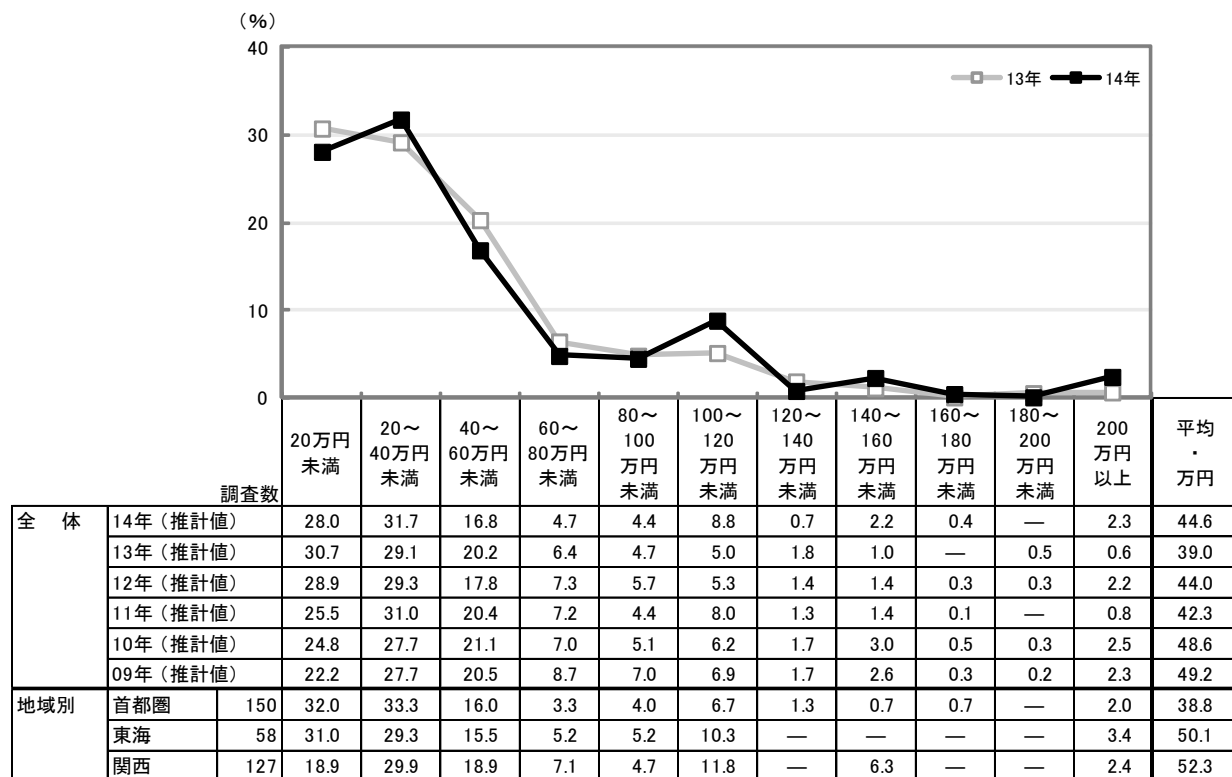
■新生活準備のためにかかった費用 全体および消費税増税によってインテリア・家具または家電製品を「先に購入した」人の比較(それぞれ金額回答者のみ／単一回答)



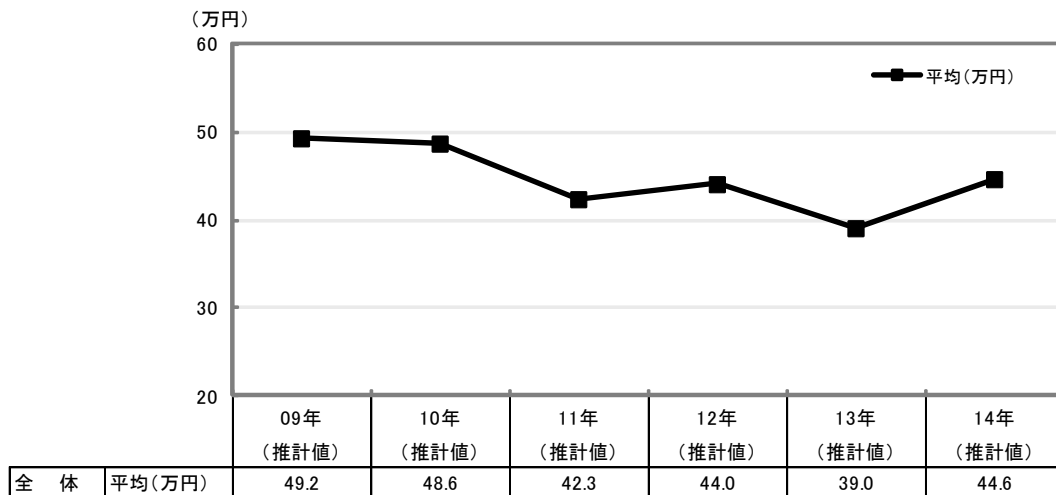
※「先に購入した」: インテリア・家具購入または家電製品購入のいずれかにおいて消費税増税によって「購入を控えた」「安価に抑えた」「その他」と回答した人を除く

インテリア・家具の購入にかかった費用は44.6万円で、前年調査から5.6万円増加した。

■インテリア・家具の購入にかかった費用(インテリア・家具購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)

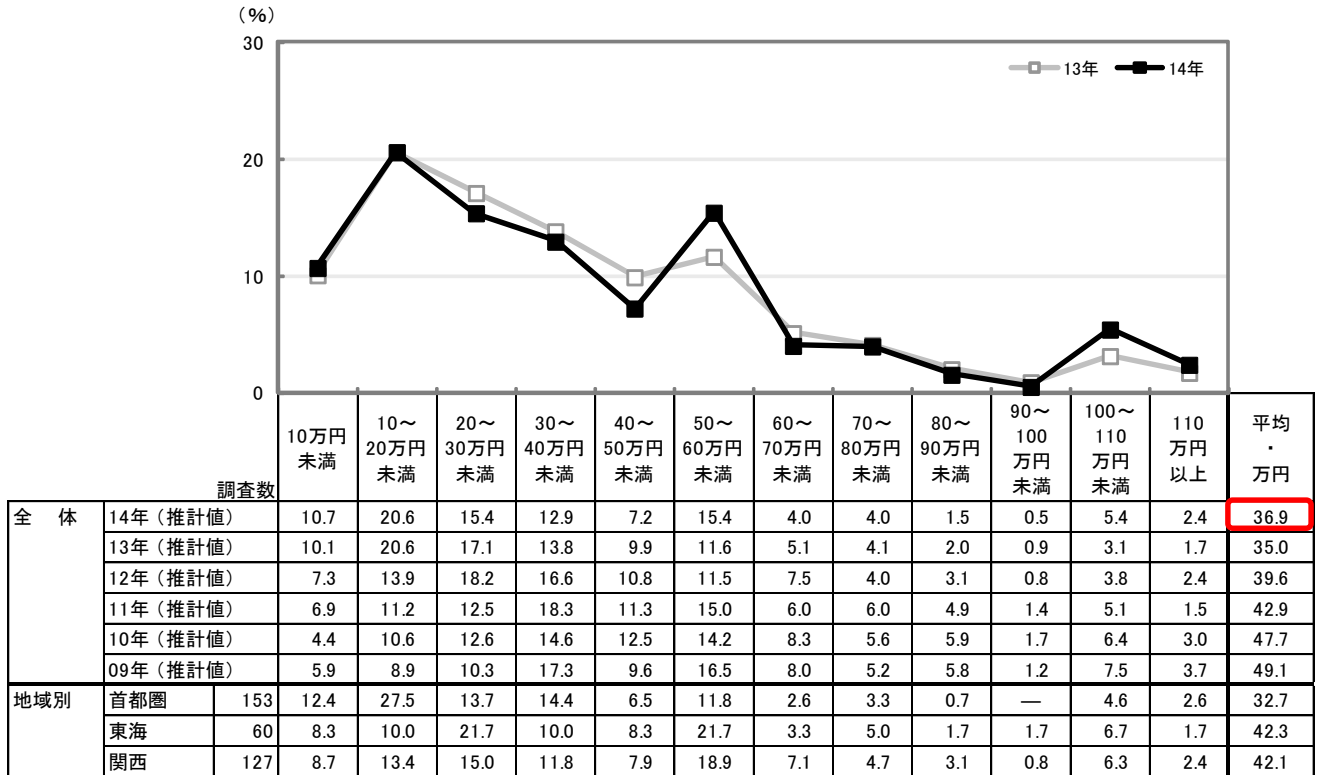


■インテリア・家具の購入にかかった費用の推移(インテリア・家具購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)

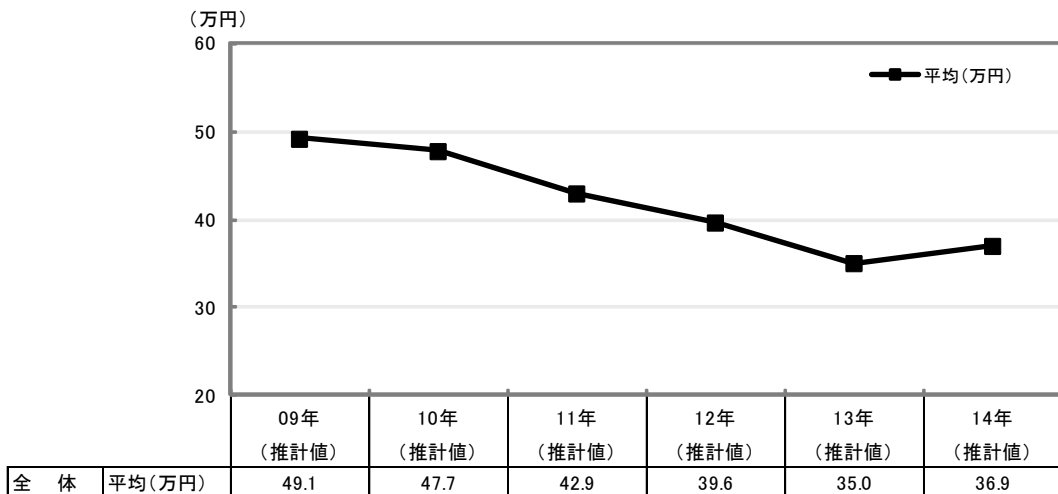


家電製品の購入にかかった費用は36.9万円で、前年調査から1.9万円増加した。

■家電製品の購入にかかった費用(家電製品購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



■家電製品の購入にかかった費用(家電製品購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



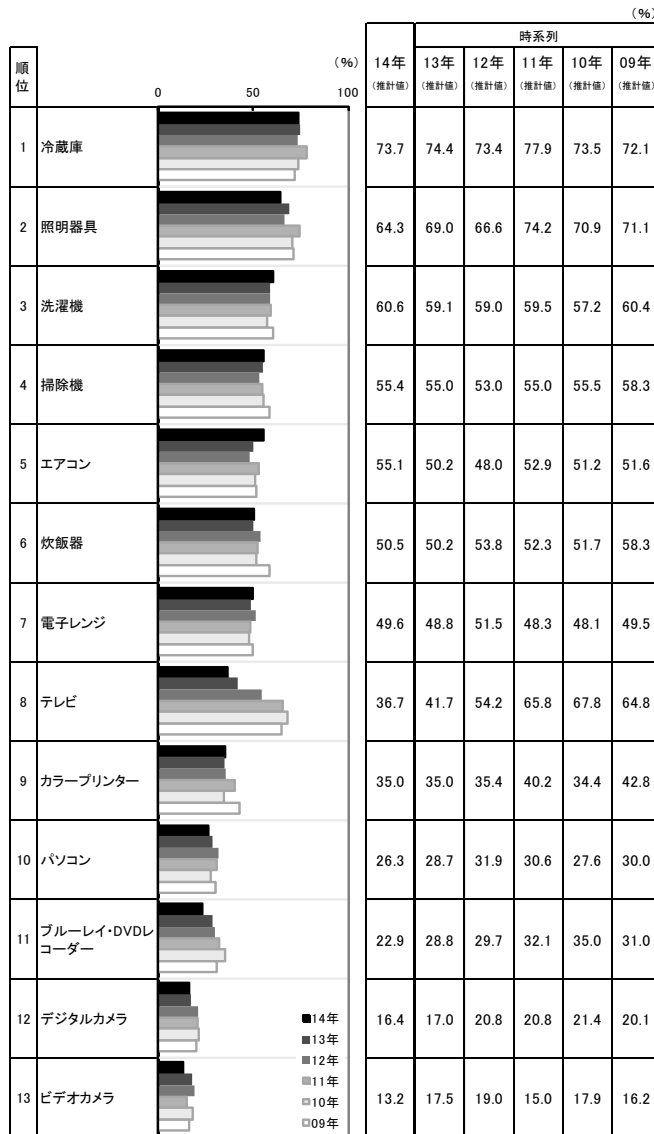
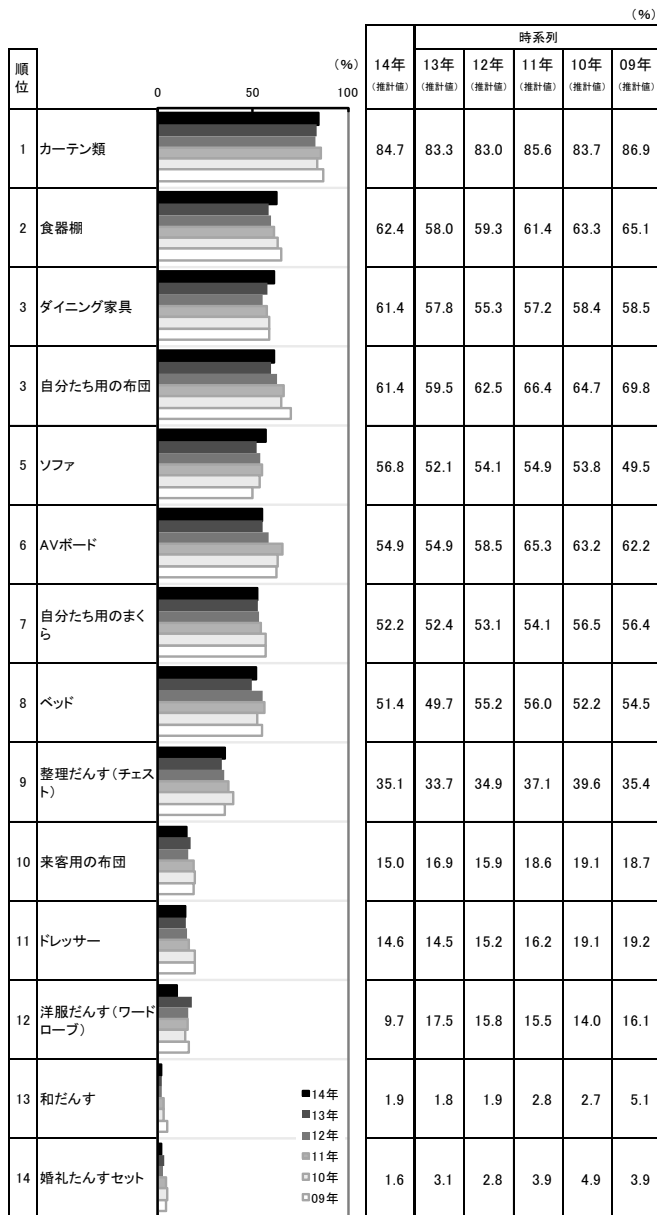
ブライダル総研 インテリア・家具、家電製品のアイテム別購入率

新生活にあたって新たに購入したインテリア・家具のアイテム別購入率は、「カーテン類」が84.7%で最も高く、「食器棚」が62.4%、「ダイニング家具」と「自分たち用の布団」がともに61.4%で続く。

家電製品のアイテム別購入率は、「冷蔵庫」が73.7%で最も高く、「照明器具」が64.3%、「洗濯機」が60.6%で続く。

■ インテリア・家具のアイテム別購入率
(いずれかのインテリア・家具購入者／それぞれ単一回答)

■ 家電製品のアイテム別購入率
(いずれかの家電製品購入者／それぞれ単一回答)



※14年の購入率が高い順に並べかえている

※14年の購入率が高い順に並べかえている

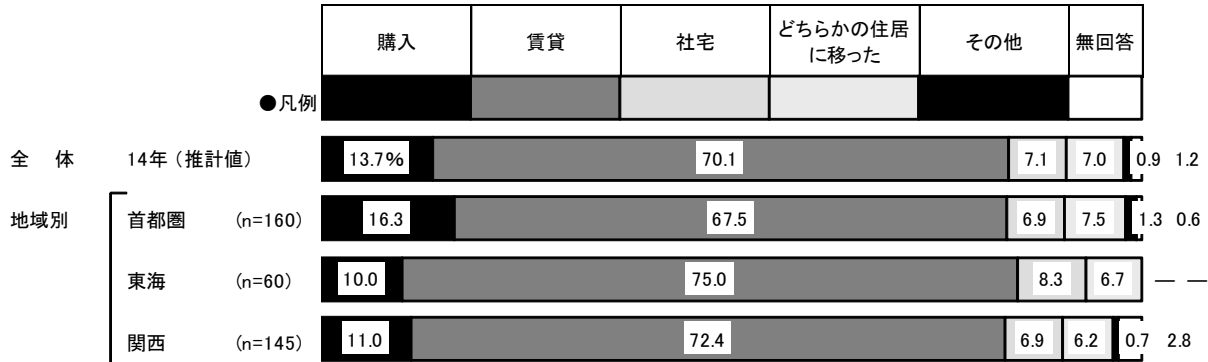
※「婚礼たんすセット」「洋服たんす」「和たんす」「整理たんす」:13年まではそれぞれ個別の設問で購入有無を聞いており、14年からは1つの設問で購入したたんすの種類を聞いている

新居の形態は、「購入」が13.7%であった。

結婚を機としたクルマの購入状況は、「新車を購入した」(10.0%)と「中古車を購入した」(4.6%)を合わせ、「購入した・計」は14.6%であった。

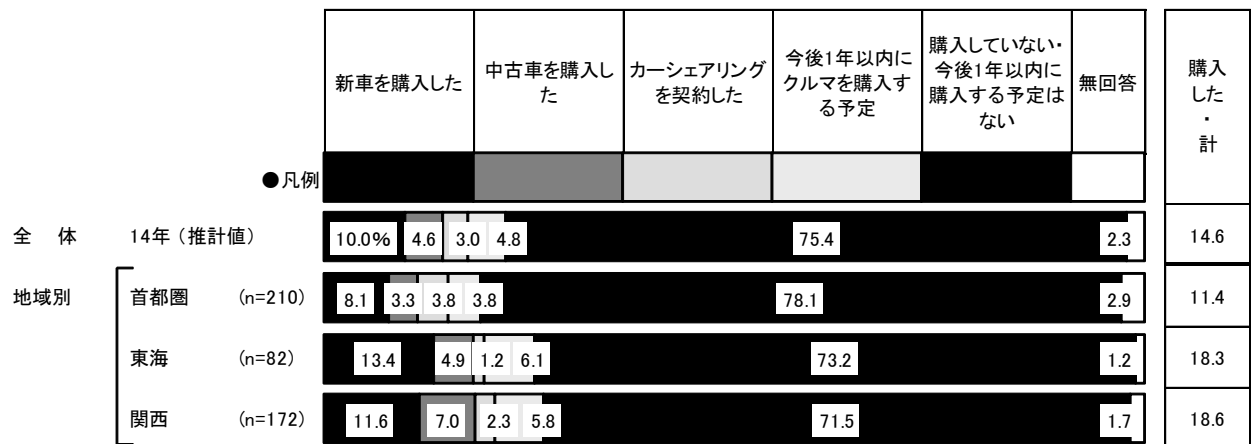
■新居の形態

(親と別居している人のうち、結婚後同居した人、または結婚前同居のうち、結婚を機に引越した人／単一回答)



※購入:「新築注文の一戸建てを購入した」「新築分譲の一戸建てを購入した」「中古の一戸建てを購入した」「新築マンションを購入した」「中古マンションを購入した」のいずれかを回答した人を集計
 ※賃貸:「一戸建てを借りた」「マンションを借りた」「アパートを借りた」「公団住宅等を借りた」のいずれかを回答した人を集計

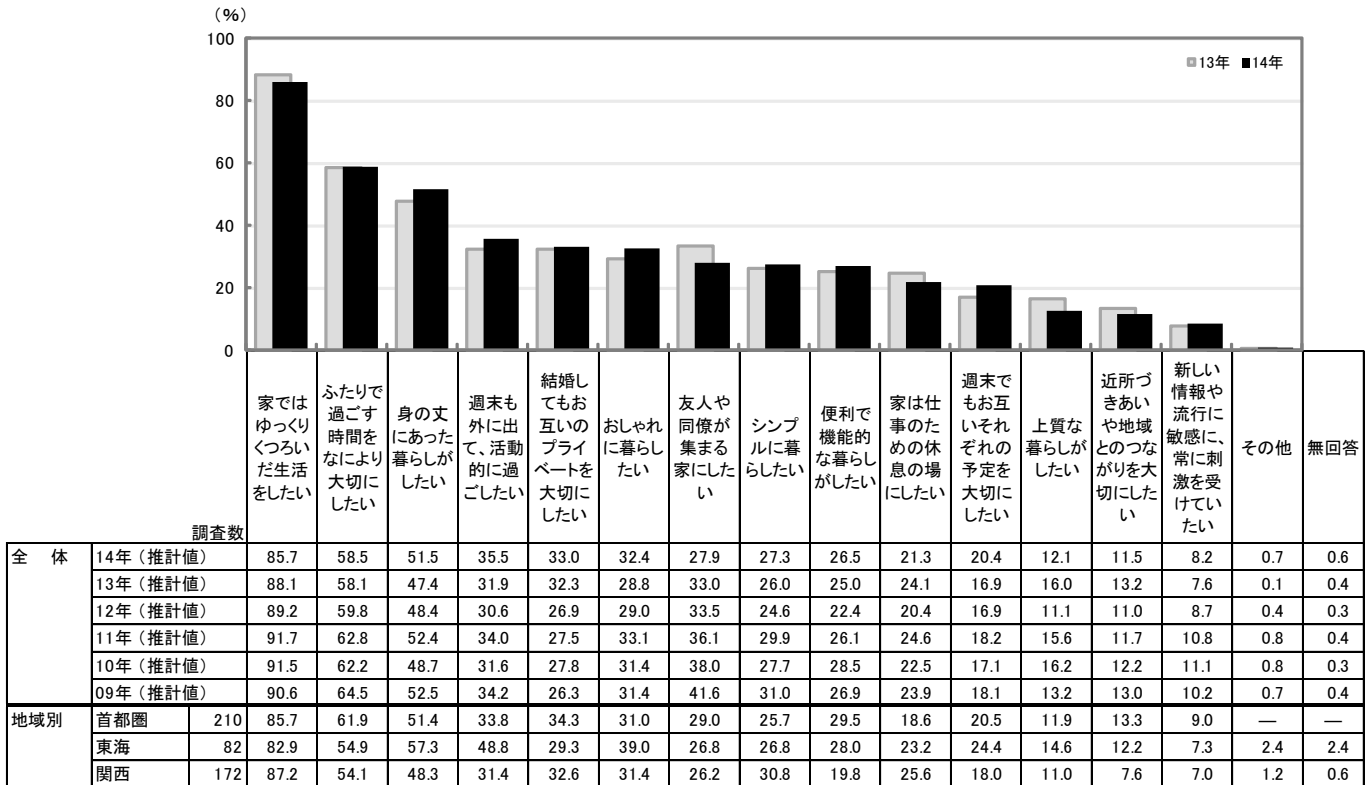
■結婚を機としたクルマの購入状況(全体／単一回答)



夫婦のライフスタイルに対する考え方は、「家ではゆっくりくつろいだ生活をしたい」が85.7%で最も高く、「ふたりで過ごす時間をなにより大切にしたい」が58.5%、「身の丈にあった暮らしがしたい」が51.5%で続く。

時系列でみると、09年から「結婚してもお互いのプライベートを大切にしたい」が6.7ポイント、「週末でもお互いそれぞれの予定を大切にしたい」が2.3ポイント、「週末も外に出て、活動的に過ごしたい」が1.3ポイント増加している。

■夫婦のライフスタイルに対する考え方(全体/複数回答)



■夫婦のライフスタイルに対する考え方の変化【09年→14年のポイント差】(全体/複数回答)

